

Jochen Roose, Mike S. Schäfer u.a. (Hrsg.): Fans. Soziologische Perspektiven



Jochen Roose, Mike S. Schäfer, Thomas Schmidt-Lux (Hrsg.): Fans. Soziologische Perspektiven. VS Verlag für Sozialwissenschaften (Wiesbaden) 2010. 442 Seiten. ISBN 978-3-531-16096-2. 34,95 EUR.

Reihe: Erlebniswelten - Band 17.

[Besprochenes Werk kaufen](#)

Herausgeber

Jochen Roose, Jg. 1972, ist Juniorprofessor am Institut für Soziologie der FU Berlin; *Mike S. Schäfer*, Jg. 1976, ist Juniorprofessor an der Universität Hamburg; *Thomas Schmidt-Lux*, Jg. 1974, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Kulturwissenschaften der Universität Leipzig.

Aufbau

Das Buch ist als Band 17 der Reihe „Erlebniswelten“ erschienen. Neben drei Einleitungs- und Übersichtsbeiträgen enthält es 14 Aufsätze, in denen das Phänomen „Fans im Kontext soziologischer Kategorien“ behandelt wird. Die Herausgeber sind zugleich die fleißigsten Autoren; sie sind an acht Beiträgen beteiligt. Das Buch enthält ein alphabetisches „Register“ (S. 437f), das von „Abgrenzung“ bis „Zivilisationstheorie“ reicht, dessen Nützlichkeit aber stark eingeschränkt ist, weil zahlreiche interessante Stichworte wie z. B. „Homophilieprinzip“ und „Efferveszenz“ fehlen.

Fans, quantitativ

80 Prozent all derer, die man „Fans“ nennt, verteilen sich in Deutschland auf die Felder „Sport“ und „Musik“. (vgl. S. 15) Diese Konzentration sollte nicht über die Grenzenlosigkeit des „Fantums“ (Eindeutschung des englischen „fandom“) hinwegtäuschen. Nichts schützt Personen und Gegenstände davor, „Fanobjekt“ zu werden. „Fan kann man von fast allem werden.“ (S. 19)

Fans, definitorisch

Im Spektrum differenzierter Publikums-Rollen zeichnen den Fan leidenschaftliche Anhänglichkeit, die bis zu Gewalt und Stalker-Verhalten führen kann, und aktive Verehrung aus, die bis zur finanziellen Erschöpfung gehen kann. – Kluge Fragen führen zur Schärfung des Begriffs: Kann man Fan der Fußballmannschaft sein, in der man selber aktiv mitspielt? –Nein, denn das „Externitätsmerkmal“ wird nicht erfüllt. (vgl. S. 13) Der Fan ist eine Person, die einen „nicht zum persönlichen Netzwerk gehörenden Objekt“ affektive, kognitive und verhaltensbezogene Verehrung entgegenbringt. (vgl. S. 74) Fanobjekte sind unerreichbare Idole und keine anfassbaren Kumpels. Allerdings ist der aktive Fußballspieler dank des „Homophilieprinzips“ (= gleich und gleich gesellt sich gern) prädisponiert, Fußballfan zu werden und nicht Opernfan. Er wird sich heute also eher für Lionel Messi verzehren als für Anna Netrebko. Man wählt, nach der „Matching“-Perspektive, nur solche Fanobjekte, „die eine

Passung zur Lebensführung des Fans aufweisen.“ (S. 82) Die Entwicklung zum Fan, heißt es an anderer Stelle, „ist ein pfadabhängiger Prozess“. (S. 213)

Wie ist die oft erstaunliche Treue von Fans zu ihren Fanobjekten zu erklären? Die Rational Choice-Theorie (vgl. S. 30) bietet eine schlichte, aber plausible Antwort: Je mehr Zeit, Geld und Energie der Fan für seinen Fußballverein aufbringt (vgl. S. 133ff), um so weniger lohnenswert wird ein Vereinswechsel. Der Fan hat bereits viel „Fankapital“ investiert, das nun dabei ist sich auszuzahlen: Er hat es in der Hierarchie seiner Fangemeinschaft vom „Novizen“ zum „Kuttenträger“ gebracht und ist im Ansehen der „Veteranen“ gestiegen. Das alles bewegt, bei der Stange zu bleiben und nicht von der Fahne zu gehen, kurz: „Loyalität“ zu zeigen.

Fans, bestätigt und revidiert

Das Buch bestätigt, einerseits, vorherrschende Annahmen: Golf- und Tennisfans haben ein höheres Bildungsniveau als Motorsport- und Eishockey-Fans. Das Buch korrigiert, andererseits, verbreitete Meinungen: Körpernaher Mannschafts- und Kampfsport ist keineswegs eine Domäne für die Bewunderung durch Unterschicht-Angehörige. Das Buch hebt schließlich die Sonderstellung des Fußballs hervor: „Fußball ist bei allen populär.“ (S. 97) Eine Zahl dazu: 74% aller Menschen, die überhaupt Sport-Veranstaltungen besuchen, gehen zum Fußball. An zweiter Stelle folgt, mit 14%, die Leichtathletik. (vgl. S. 98)

Eine Universalie des Fanseins besteht darin, Besonderheit zu inszenieren und nach außen zu demonstrieren. (vgl. S. 184) Die Distinktionsmuster der Fans werden mit *Ervin Goffman's* analytischem Besteck auf den Begriff gebracht und können als „impression management“ (= Techniken der Eindrucksmanipulation) gelesen werden: bestimmte „Fassaden“ werden aufgebaut; die „dramatische Gestaltung“ von öffentlichen Auftritten wird eingeübt; „Auratisierungs- und Charismatisierungs-Techniken“ dienen dazu, die verehrten Objekte zu idealisieren; „Loyalitätspflichten“ werden von jedem Fan abverlangt, um nicht das Bild der geschlossenen Einheit zu beschädigen. (vgl. S. 193ff)

Sehr instruktiv die Zusammenfassung von *Wilfried Gebhardt* am Ende seines Beitrags:

„Im Fansein spiegelt sich ... die ambivalente Struktur ‚spätmoderner‘ Gesellschaften, die ihre Mitglieder auf der einen Seite zur Individualität zwingt, zum anderen ihre Sehnsucht nach gemeinschaftlicher Bindung und Verortung nicht zu stillen vermag. Das Fansein ... eröffnet eine Chance, jenseits der ‚kalten Rationalität‘ ... beide Anforderungen miteinander zu vereinbaren. Hieraus gewinnt es seine Attraktivität.“ (S. 202)

Fans, historisch

Das Fantum als Massenphänomen ist eng mit dem Aufkommen der Massenkommunikationsmedien verbunden und somit erst ab dem 19. Jahrhundert beobachtbar. Die Massenmedien erleichtern den Zugang zu den Fanobjekten, indem sie diesen (den Zugang) von deren „realer“ Erreichbarkeit abkoppeln. (vgl. S. 60f u. S. 333ff)

Das Fan-Sein als Massenphänomen ist ein Ausdruck der „Moderne“. „Fantum ist ... an individuelle und individualisierte, freie Entscheidungen von Zugehörigkeit und Präferenzen gekoppelt, was letztlich erst in der Moderne möglich geworden ist.“ (S. 63)

Das Fantum ist auch als Teil des „Zivilisationsprozesses“ zu verstehen, wie ihn *Norbert Elias* beschrieben hat. Bei den wenig regulierten byzantinischen Wagenrennen und mittelalterlichen Ritterturnieren wurden Zuschauer gelegentlich zu Fanatikern mit ungeheuerlichen Gewaltausbrüchen. Der moderne Sport hingegen reguliert nicht nur die Wettkämpfe mit ethischen Maßstäben, sondern auch den Zuschauer und macht aus berserkerhaften Fanatikern moderate Fans, ohne die Gewalt freilich ganz verbannen zu können. (vgl. S. 64f)

Unter „Fans“ verstand man vor 30 Jahren noch „Außenseiter, pathologisch Veranlagte, von Obsessionen geplagte Einzelgänger, die ihre begrenzte Lebenszeit nutzlos vergeuden.“ (vgl. S. 161) Durch die ethnographischen Feldforschungen der letzten Jahre hat sich das Bild stark verändert. Heute liest es sich so: Fans sind „aktive, kritisch engagierte Konsumenten, die über differenzierte und kreative Rezeptions- und Aneignungspraktiken verfügen, die sie in Prozessen der Medienbildung erworben haben. Zudem suchen sie Kontakt zu Gleichgesinnten, gehen emotionale Allianzen ein ... und schaffen eigene

Sozialwelten.“ (S. 161) Fansein wird heute u. a. als „eine Form des kulturellen Widerstands“ (S. 176) diskutiert.

Fans und Gewalt

Fan-Sein ist ein Interaktionsgeschehen zwischen Fan, Fanobjekt, gleichgesinnten Fans, rivalisierenden Fans und Dritten, z. B. der Polizei. In diesem Interaktionsgeschehen spielt nicht selten „Gewalt“ eine Rolle, insbesondere im Fußballmilieu. Der Beitrag „Fans und Gewalt“ von *Alexander Leistner* versteht den Begriff der Gewalt eng (= absichtsvolle körperliche Schädigung) und stellt ihm den Begriff der „Aggro“ (= zur Schau getragene Fassade der Gefährlichkeit) zur Seite, ob als harmloser Bruder oder riskante Vorstufe, das bleibt unklar. (vgl. S. 253) Besonders verdienstvoll ist die Unterscheidung von drei Gewaltformen, die drei Fan-Fanobjekt-Beziehungen zugeordnet werden: intervenierende Gewalt (starke Fanobjekt-Zentrierung), gesellige Gewalt (starke Zentrierung auf gleichgesinnte Fans) und kompetitive Gewalt (starke Zentrierung auf rivalisierende Fans). (vgl. S. 266ff) Verdienstvoll auch, dass der Beitrag auf neue Erklärungsansätze zur Gewaltentstehung hinweist, z. B. die „Drängel- und Strudeltheorie“ und die „Kompensationstheorie“. (vgl. S. 264) Verdienstvoll schließlich: Der „Hooliganismus“ war und ist ein politisch überschätztes Phänomen.

Fans und Religion

Die Wörter „Fantom“ und „Fatum“ trennt nur ein Buchstabe: Hat das Fan-Sein auch eine religiöse Dimension? Während die einen auf Rituale im Fan-Verhalten und Mythen in den Fan-Erzählungen hinweisen, um den Religionscharakter zu belegen, kontern die anderen mit fehlenden Transzendenzbezügen. (vgl. S. 301). Die einen verweisen auf Fan-Parolen wie „Schalke ist unsere Religion“ und: „Unser Gott: Trainer Magath“; die anderen sagen, das sei pure Ironie und keine Antwort auf Fragen von letzter Bedeutung. *Thomas Schmidt-Lux* diskutiert in Anlehnung an *Emile Durkheim*, *Thomas Luckmann*, *Max Weber* und den „Religious-Economies-Approach“ das Phänomen und kommt statt zu kanonischen Antworten zu weiteren Anregungen für die empirische Fan-Forschung. Immerhin aber lernen wir das unkontrollierte Ausflippen von Fußballfans nach einem Tor ihrer Mannschaft religionssoziologisch als „kollektive Effervescenz“ (S: 285) zu verstehen.

Fans und Politik

Schlummert in Fans und ihren Gruppen auch ein politisches Potenzial? *Jochen Roose* und *Mike S. Schäfer* gehen in ihrem Beitrag dieser Frage nach. (vgl. S. 363ff)

1. Fangruppen sind auch politische Milieus. Vor Jahren fanden sich neonazistische Fans in der Dortmunder „Borussen-Front“ zusammen. Heute redet man wieder mehr, auch dank des Erstliga-Aufstiegs der Hamburger, von den link(sradikal)en Fan-Szenen des FC St. Pauli.
2. Können Fan-Gemeinschaften gar als „potenzielle Schulen der Demokratie“ gelten? Und zwar gemäß der These von *Robert D. Putnam*: „Good government is a by-product of singing groups and soccer clubs“? (S. 369) Die Autoren finden kaum empirische Belege dafür und favorisieren darum die Brot-und Spiele-These, wonach Fan-Begeisterung eher von der Politik ablenkt als zu ihr hinführt.
3. Immerhin aber sind gerade Sport-Fans gewohnt– im großen Unterschied zu Musik- und Film-Fans –, Einfluss zu nehmen, sowohl auf das Verhalten einzelner Spieler als auch auf den Verlauf ganzer Wettkämpfe. Im Fußball nennt sich das Publikum mit einer gewissen Anmaßung selbst „der zwölfte. Mann“. Fantum lehrt also, Einfluss auszuüben und einen Selbstwirksamkeitsglauben zu entwickeln. – Das ist im Grunde politische Bildung, lässt sich aber offenbar nur schwer auf das politische Partizipationsverhalten der Fans als politische Bürger ihres Gemeinwesens übertragen. (vgl. S. 381f)

An anderer Stelle des Buches taucht ein weiterer politischer Aspekt auf. Im Beitrag „Fans und Migration“ (S. 387ff) heben *Victoria Schwenzer* und *Nicole Selmer* hervor, dass „Fan-Identität“ nicht per se durch Herkunft festgelegt wird, sondern als ein „aktiver Prozess“ (S. 391) zu verstehen ist. Das heißt, auch ein Hamburger oder Istanbuler kann zum Schalcker werden, wenn er die Mannschaft aus Gelsenkirchen leidenschaftlich unterstützt und dauerhaft verehrt. Die Fan-Identität ist das Produkt einer persönlichen Wahl und somit eine Spielart des republikanischen Patriotismus: ubi bene, ibi Schalke! Darüber hinaus: „Hybride Fußball-Identitäten“ (S. 405) sind denkbar und unter Migranten in Deutschland nicht selten. – Spiegelt sich in Fan-Gruppen bereits heute die gelungene multikulturelle Gesellschaft von morgen?

Fazit

Das Buch ist ein Kaleidoskop zahlreicher Aspekte zeitgenössischer Fan-Forschung. Jeder Beitrag ist erfreulicherweise „unabgeschlossen“ und lädt mit wegweisenden Ideen und Hypothesen zu weitergehender Forschung ein. Von diesem Buch muss man wirklich sagen, dass es den „state of the art“ eindrucksvoll repräsentiert.

Rezensent

Prof. Dr. Klaus Hansen

E-Mail [Mailformular](#)

Alle 58 Rezensionen von [Klaus Hansen](#) anzeigen.

Besprochenes Werk kaufen

Sie fördern den Rezensionsdienst, wenn Sie diesen Titel – in Deutschland **versandkostenfrei** – über den socialnet Buchversand [bestellen](#).

Zitiervorschlag

Klaus Hansen. Rezension vom 23.08.2010 zu: Jochen Roose, Mike S. Schäfer, Thomas Schmidt-Lux (Hrsg.): Fans. Soziologische Perspektiven. VS Verlag für Sozialwissenschaften (Wiesbaden) 2010. 442 Seiten. ISBN 978-3-531-16096-2. In: socialnet Rezensionen, ISSN 2190-9245, <http://www.socialnet.de/rezensionen/9836.php>, Datum des Zugriffs 08.07.2014.

Urheberrecht

Diese Rezension ist, wie alle anderen Inhalte bei socialnet, urheberrechtlich geschützt. Falls Sie Interesse an einer Nutzung haben, treffen Sie bitte vorher eine Vereinbarung mit uns. Gerne steht Ihnen die [Redaktion der Rezensionen](#) für weitere Fragen und Absprachen zur Verfügung.

socialnet Rezensionen durch Spenden unterstützen

Sie finden diese und andere Rezensionen für Ihre Arbeit hilfreich? Dann helfen Sie uns bitte mit einer Spende, die socialnet Rezensionen weiter auszubauen: Spenden Sie steuerlich absetzbar an unseren Partner [Förderverein Fachinformation Sozialwesen e.V.](#) mit dem Stichwort [Rezensionen!](#)

Zur [Rezensionsübersicht](#)

Hilfe & Kontakt

Hinweise für [RezensentInnen](#), [Verlage](#), [AutorInnen](#) oder [LeserInnen](#) sowie zur [Verlinkung](#) bitte lesen, bevor Sie [Kontakt zur Redaktion](#) der Rezensionen aufnehmen.

Mehr zum Thema

Leider liegen aktuell keine passenden Rezensionen vor.

[Literaturliste anzeigen](#)

Stellenangebote

[Kinderpfleger/innen für Kinderkrippe](#), Fürstenfeldbruck

[Erzieher/in für Jugend- und Heimerziehung](#), Bruchsal

Weitere Anzeigen im [socialnet Stellenmarkt](#).